

《資料》 宮城県におけるしょうゆに関する実態調査

著者	斎藤 晋一
雑誌名	東北学院大学東北産業経済研究所紀要
号	1
ページ	49-79
発行年	1982-03-25
URL	http://id.nii.ac.jp/1204/00024260/

《資料》

宮城県におけるしょうゆに関する実態調査

斎 藤 晋 一

〔1〕 調査・使用テスト目的

今日、食生活の多様化・洋風化・簡便化が広くみられるなかで、調味料においても多種多様化がみられる。しかし、その中でも、しょうゆは日本古来より食卓に供されてきている和風調味料の代表的なものの一つであり、我々の食生活の必需品となっている。

ところで、消費者はそのしょうゆを購入し、消費するさい、如何なる基準で評価するのであろうか、それを把握する一つの方法として、宮城県を対象にしょうゆの使用テストを試み、同時に、消費者選択態度に関するアンケート調査を実施したので報告してみたい。おな、その前に、商品学を受講している学生を対象に自宅で使用しているしょうゆに関する調査も実施したので報告したい。

〔2〕 調査・使用テスト方法

(1) しょうゆの実態

対象者は商品学受講者とし、自宅で使用しているしょうゆの品質表示等について、レポートに記入(ラベルを添付のうえ)することとした。なお、学生宅の地区別・住居別区分は表1のごとくになり、毎年、本大学学生課の「在学生住居区分実態調査」の昭和55年度(文学部・経済学部3・4年生)と同じ傾向が認められた。

調査時期——昭和55年6月下旬より7月上旬

受講者数：781名，回答者数：544名（回答率：69.7%），有効回答者数：541名（有効回答率：99.4%）

(2) 消費者選択態度並びに使用テスト

対象者はしょうゆを購入し、使用したことのある宮城県在住の人とし、その抽出は任意（原則としては調査員の近所）とした。調査員は商品学実習受講者とし、対象者の地区別区分では仙台市内195名（66.6%），仙台市外96名（32.8%），不明2名（0.7%）であった。なお、使用テストに時間を要するため、留置調査法とした。

使用テストは仙台市内より購入した4銘柄とし、そのしょうゆを垂れびん（プラスチック製）30mlに詰め、表2のごとくA，B，Cの3つのグループに分けた。サンプルは自宅で使用しているしょうゆ1つを含めた5つについて、対象者が普段、使用している方法で評価することとした。評価の方法は、「色合い」、「香り」、「味の濃さ」、「塩からさ」、および「甘さ」の5項目について「良い」、「普通」、「悪い」の3つでもって評価することとした。評価結果の集計は、各項目ごとに百分率を求め、その値の「良い」には+1、「普通」にはゼロ、「悪い」には-1を乗じたのち、差を求め、指数として表わした。なお、各サンプルの各項目別における「良い」、「普通」、「悪い」の割合を図1の要領で表わした。ところで、サンプルについては順序効果を考慮して配布した。

調査時期——昭和55年6月下旬より7月上旬

表1 対象者の地区・住居区分

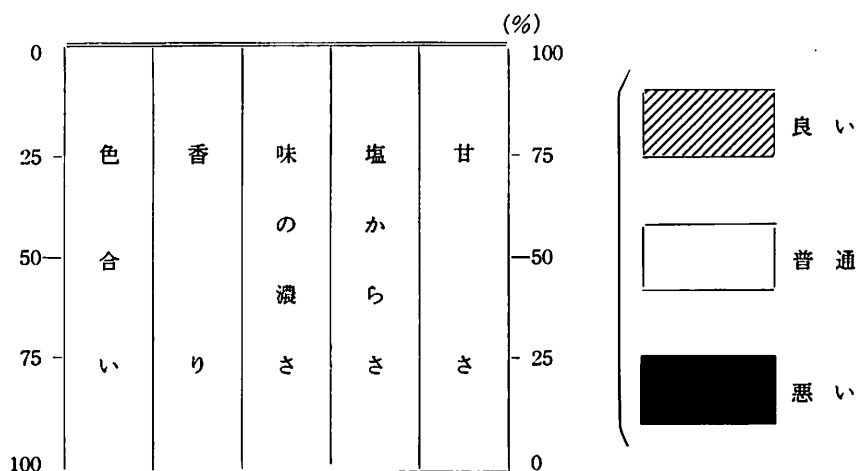
地区	住 居		下 宿		ア パ ー ト		不 明		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
仙 台 市 内	197	54.1 54.0	34	9.3 94.4	133	36.5 95.7			364	100.0 67.3
仙 台 市 外	149	96.8 40.8			4	2.6 2.9	1	0.6 100.0	154	100.0 28.5
県 外	14	100.0 3.8							14	100.0 2.6
不 明	5	55.6 1.4	2	22.2 5.6	2	22.2 1.4			9	100.0 1.7
計	365	67.5 100.0	36	6.7 100.0	139	25.7 100.0	1	0.2 100.0	541	100.0

表2 サンプルのグループ分け

グループ	サ プ ル			
A	目かくし キッコーマン（特級）	目かくし ジョウセン（特級）	目かくし キッコーマン（特級）	目かくし ジョウセン（特級）
B	キッコーマン（特級）	ジョウセン（特級）	キッコーマン（上級）	ヤマカワ（上級）
C	目かくし キッコーマン（特級）	目かくし ジョウセン（特級）	目かくし キッコーマン（上級）	目かくし ヤマカワ（上級）

※ 各グループ100個ずつ用意

図1 使用テスト結果参考図



調査数：300，回収数：293（回収率：97.7％）

〔3〕 調査・使用テスト結果および考察

1. しょうゆの実態

(1) 対象者の産地別使用状況

対象者が使用しているしょうゆのうち、宮城県内で醸造されたものを「宮城県」産、宮城県を除く東北地方産のものを「東北地方」産、および東北地方産以外のものを「他地方」産として3つに分けると、「他地方」産のしょうゆが全体の中で61.7%と過半数を占め、東北地方産のしょうゆより優位になっているのが目立つ。

(2) 地区別における産地別使用状況

「仙台市内」では、地元の「宮城県」産が25.5%と4分の1であるのに対し、「他地方」産は70.3%となっているのが目立つ。それに比べ、「仙台市外」では、「宮城県」産の方が「他地方」産のものより約7%上回っている。すなわち、「仙台市内」より「仙台市外」の方が「宮城県」産しょうゆを好んで使用している割合が多いことが考えられる。（表3参照）

(3) 住居別における産地別使用状況

「自宅」、「下宿」、および「アパート」の全てについて「他地方」産のしょうゆの割合が多くなっているが、しかし、産地別における住居別割合でみるならば、「自宅」と「下宿」・「アパート」では逆の関係にあり、「自宅」の方が「宮城県」産のしょうゆの割合が多くなっていることが分かる。（表4参照）

(4) 産地別における品名別割合

全体では、「こいくち」が92.3%を占め一番

多くなっており、次いで「うすくち」の7.4%、「たまり」の0.2%、「さいしこみ」の0.1%の順になっている。産地別では、とくに「こいくち」しょうゆでは産地間における大きな違いはみられないようである。（表5参照）

(5) 産地別における醸造方式別割合

全体では、「本醸造」が73.5%を占め一番多く、次いで「新式醸造」の25.4%、「アミノ酸液混合」の1.1%となっている。産地別では、東北地方産の「新式醸造」によるしょうゆが約7割近くを占めているのが目立ち、これに対し、「他地方」産の場合は全てが「本醸造」で作られている。（表6参照）

(6) 産地別における等級別割合

全体では、「特級」が66.5%と過半数を占め、次いで「上級」が28.7%、「標準」が3.5%となっている。産地別では、東北地方産の「特級」が約25%であるのに対し、「上級」は約60%になっており、「上級」のしょうゆが多くなっていることがわかる。これに比べ、「他地方」産の場合は、逆に「特級」が92.1%を占め、「上級」は7.9%となっている。これは前述(5)の醸造方式別割合と同じ傾向がみられる。JASの格付けからのみみるならば、東北地方産のしょうゆより「他地方」産のしょうゆの方がハイグレードのものの割合が多いということになる。（表7参照）

(7) 銘柄別占有率

ここでは、上位の第1～10位までをみると、キッコーマン、ジョウセン、ヤマサ、生協、タマツ、キッコーショウ、エンドー、ヒゲタ、ヤマカノ、およびワダカンの順になっており、そのうちキッコーマンとジョウセンの2銘柄で過半数を占めているのが目立つ。（表8参照）

表3 地区別における産地別の割合

産地 地区	宮 城 県		東 北 地 方		他 地 方		不 明		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
仙台市内	93	25.5	13	3.6	256	70.3	2	0.5	364	100.0
仙台市外	80.5	51.5	3.5	53.1	70	76.6		100.0	154	67.3
県 外	3	44.6	7	14.3	4	21.0			14	28.5
不 明	4	21.4	1	28.6	4	1.2			9	2.6
計	180.5	44.4	24.5	11.1	334	44.4	2	0.4	541	100.0
		2.2		4.1		1.2				1.7
		33.4		4.5		61.7				
		100.0		100.0		100.0		100.0		100.0

表4 住居別における産地別の割合

産地 住居	宮 城 県		東 北 地 方		他 地 方		不 明		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
自 宅	153.5	42.1	17.5	4.8	193	52.9	1	0.3	365	100.0
下 宿	7	85.0		71.4	29	57.8		50.0	36	67.5
アパート	20	19.4	7	28.6	111	80.6	1	0.7	139	100.0
不 明		3.9		5.0	1	79.9		50.0	1	25.7
計	180.5	11.1	24.5	100.0	334	33.2	2	0.4	541	100.0
		33.4		4.5		100.0				0.2
		100.0		100.0		61.7		100.0		100.0

表5 産地別における品名別の割合

品名 産地	こ い く ち		う す く ち		さい し こ み		た ま り		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
宮 城 県	167.5	92.8	13	7.2					180.5	100.0
東 北 地 方	23	33.5	1	32.5	0.5	2.0			24.5	33.4
他 地 方	307	93.9	26	2.5		100.0	1	0.3	334	4.5
不 明	2	4.6		7.8				100.0	2	61.7
計	499.5	61.5	40	65.0	0.5	0.1	1	0.2	541	100.0
		100.0		7.4						0.2
		92.3		100.0		100.0		100.0		100.0

表6 産地別における醸造方式別の割合

産地	本 醸 造		新 式 醸 造		アミノ酸液混合		不 明		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
宮 城 県	56	31.0 14.1	118.5	65.7 86.2	6	3.3 100.0			180.5	100.0 33.4
東 北 地 方	7.5	30.6 1.9	17	69.4 12.4					24.5	100.0 4.5
他 地 方	334	100.0 84.0							334	100.0 61.7
不 明			2	100.0 1.5					2	100.0 0.4
計	397.5	73.5 100.0	137.5	25.4 100.0	6	1.1 100.0			541	100.0

表7 産地別における等級別の割合

産地	特 級		上 級		標 準		不 明		計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%	実 数	%
宮 城 県	46	25.5 12.8	112.5	62.3 72.6	16	8.9 84.2	6	3.3 85.7	180.5	100.0 33.4
東 北 地 方	6.5	26.5 1.8	14	57.1 9.0	3	12.2 15.8	1	4.1 14.3	24.5	100.0 4.5
他 地 方	307.5	92.1 85.4	26.5	7.9 17.1					334	100.0 61.7
不 明			2	100.0 1.3					2	100.0 0.4
計	360	66.5 100.0	155	28.7 100.0	19	3.5 100.0	7	1.3 100.0	541	100.0

表8 銘柄別占有率（第1位～第10位）

順位	銘 柄	実 数	%
1	キッコーマン	282	52.1
2	ジョウセン	73	13.5
3	ヤマサ	31	5.7
4	生 協	13	2.4
5	タ マ マ ツ	10	1.8
6	キッコーショウ	9	1.7
7	エ ン ド ー	8	1.5
8	ヒ ゲ タ	7	1.3
〃	ヤ マ カ ノ	7	1.3
10	ワ ダ カ ン	6	1.1

2. しょうゆについての消費者選択態度

(1) しょうゆの選択基準

調味料であるが故、「品質（おいしい）により」とするのが30.3%と一番多くなっており、これは当然の結果であると考えられる。次に、「特売により」が20.7%で続いており、しょうゆはよく目玉商品の対象になっていることでもわかる。すなわち、消費者は同じ銘柄しょうゆであるならば低価格の方を購入するであろうし、あるいは単に低価格のしょうゆであればよいということも考えられる。また、「内容量により」が約1割近くを占めているのは興味あることである。ところで、しょうゆは贈答品としてもよく用いられることがある。そこで、今回、現在使用中しょうゆと限定したため、「贈答品」を項目の中に入れた結果、13.6%が該当していることになる。（表9参照）

(2) しょうゆの購入店

しょうゆの購入先としては、「スーパー」とするのが全体で半数近くを占めており、その「スーパー」を含めて量販店となると過半数を占めてしまうことがわかる。また、しょうゆの流通経路のうち、地場銘柄の特質である直売、すなわち、「醸造元」が10.9%を占めているのが目立つ。（表10参照）

(3) しょうゆの広告・宣伝の見聞状態

しょうゆの質的情報源の1つである広告・宣伝の見聞では、単純平均してみると「ときどき見聞する」という結果になる。では、そのときの広告媒体別となると、「テレビ」が一番多く、全体の4割を占めている。次に「チラシ」、「新聞」となっており、この3つの媒体で全体の8割強を占めている。とくに、「チラシ」が3割を占めているのは、しょうゆがよく目玉商

品となることでも理解できる。（表11参照）

(4) しょうゆの銘柄別知名度

宮城県内で販売されているしょうゆの銘柄となると数多く存在することが考えられる。そこで、対象者はどのくらいの銘柄を知っているのか調べてみると、全体で96銘柄が知られていた。その内訳では、「キッコーマン」が100%と全ての対象者が知っているのには驚かされる。同様に、地元の「ジョウセン」が93.9%となっている。以下、知名度が10%以上のものをあげると、「ヤマサ」62.1%、「ヤマカノ」34.8%、「ヒゲタ」24.6%、および「生協」11.3%となっている。（表12参照）

(5) 「品質のすぐれている」しょうゆの銘柄

ここでは、数多くあるしょうゆの銘柄のうち、とくに「品質のすぐれている」と思われる銘柄を2つ述べていただいた。その結果、「キッコーマン」とする対象者が81.8%おり、次いで「ジョウセン」の45.8%、「ヤマサ」の23.3%と続いている。第4位の「生協」となると3.6%と少なく、上位の3銘柄がとくに良いと消費者に思われていることがわかる。（表13参照）

(6) 銘柄選好の有無

「しょうゆを購入する際、銘柄を決めておられますか」との問いには、「決めている」（銘柄選好とする）が全体で74.7%を占め、「決めていない」（銘柄非選好とする）25.3%より遙かに多いことがわかる。次に、銘柄を「決めている」と答えた場合、「その銘柄をお書き下さい」との問いには、「キッコーマン」とする対象者が一番多く60.3%を占めており、次いで「ジョウセン」16.4%、「ヤマサ」10.0%、および「生協」5.9%と続いている。（表14参照）なお、銘柄選好・非選好を年齢別指数でみると、銘柄選好は31才以上に、銘柄非選好は30才以下

に多いという傾向が認められる。(表15参照)

(7) しょうゆの銘柄別占有率

対象者の自宅で使用しているしょうゆの銘柄別では、「キッコーマン」が52.2%と一番多く、次いで「ジョウセン」11.6%、「生協」5.1%、「ヤマサ」4.4%、および「ヤマカノ」3.1%（以上5位まで）となっており、前述の「しょうゆの実態」の(7)銘柄別占有率とはほぼ同様の傾向が認められる。(表16参照)

表9 選択理由（現在使用中のしょうゆ）

項 目	実 数	%
特 売 に よ り	60.7	20.7
価 格 (安 い) に よ り	13.2	4.5
友 人 の 勧 め に よ り	3.0	1.0
広 告 ・ 宣 伝 に よ り	9.8	3.3
店 の 推 奨 に よ り	12.6	4.3
共 同 購 入 に よ り	17.3	5.9
品 質 (お い し い) に よ り	88.8	30.3
内 容 量 に よ り	22.5	7.7
そ の 他	18.3	6.2
不 明	7.0	2.4
〈贈 答 品〉	〈40.0〉	〈13.6〉
計	293.0	100.0

表10 購 入 店

項 目	実 数	%
ス ー パ ー	137.8	47.1
百 貨 店	1.5	0.5
生 協	29.1	9.9
公 設 市 場	3.0	1.0
酒 店	30.5	10.4
食 料 品 店	28.0	9.6
青 果 物 販 売 店	6.5	2.2
米 穀 店	4.3	1.5
一 般 小 売 店	13.3	4.5
行 商	1.0	0.3
醸 造 元	31.8	10.9
そ の 他	6.0	2.0
計	293.0	100.0

(8) 参 考 資 料

ここでは、しょうゆの選択基準、購入店、銘柄別知名度、「良い品質」と思われる銘柄、および銘柄別占有率に対して、銘柄選好・非選好およびキッコーマン・ジョウセン使用者はどう関わっているのかの実態である。また、銘柄選好者については購入前と購入後の変化を表わしている。(表17～22参照)

表11 広告・宣伝の見聞状態とその媒体

項 目	実 数	%
よく見聞する	30.0	10.2
見 聞 す る	39.0	13.3
ときどき見聞する	122.0	41.6
あまり見聞しない	61.0	20.8
ほとんど見聞しない	41.0	14.8
不 明	0	0
計	293.0	100.0

項 目	実 数	%
テ レ ビ	114.5	39.1
ラ ジ オ	1.5	0.5
新 聞	39.1	13.3
ポ ス タ ー	2.1	0.7
チ ラ シ	98.1	33.5
そ の 他	8.8	3.0
不 明	29.0	9.9
計	293.0	100.0

表12 しょうゆの銘柄別知名度

順位	銘 柄	%	順位	銘 柄	%
1	キッコーマン	100.0	16	キッコーケン	2.7
2	ジョウセン	93.9	"	キッコーフジ	2.7
3	ヤマサ	62.1	"	キャプテンクック	2.7
4	ヤマカノ	34.8	19	キッコーコマツ	2.4
5	ヒゲタ	24.6	"	マルジン	2.4
6	生 協	11.3	21	イゲタ	2.0
7	タママツ	8.9	"	キッコータケ	2.0
8	キッコーショウ	8.5	"	キノエネ	2.0
9	ヤマカワ	7.5	"	ササジョウ	2.0
10	キッコーカン	5.8	25	カネショウ	1.7
11	キッコーツル	5.5	"	キッコータニカゼ	1.7
12	ヒガシマル	4.1	"	キッコートキワ	1.7
"	ワダカン	4.1	"	ササチヨウ	1.7
14	オイマツ	3.4	29	ヤマカ	1.4
"	ヤマコメ	3.4	"	ヤマジョウ	1.4

表13 「良い品質」と思われるしょうゆ

順位	銘 柄	%	順位	銘 柄	%
1	キッコーマン	81.8	6	ヒゲタ	2.8
2	ジョウセン	45.8	7	タママツ	2.4
3	ヤマサ	23.3	8	マルジン	1.6
4	生 協	3.6	9	キッコーコマツ	1.2
5	ヤマカノ	3.2	"	ヒガシマル	1.2

表14 銘 柄 選 好

順位	銘 柄	%	順位	銘 柄	%
1	キッコーマン	60.3	9	キッコーミヤギ	1.4
2	ジョウセン	16.4	10	オイマツ	0.9
3	ヤマサ	10.0	"	キッコータニカゼ	0.9
4	生 協	5.9	"	キッコーユタカ	0.9
5	ヒゲタ	2.3	"	ササチヨウ	0.9
6	タママツ	1.8	"	ヒゲタン	0.9
"	マルジン	1.8	"	ヤマコメ	0.9
"	ヤマカノ	1.8			

表15 年 齢 別 銘 柄 選 好

年 齢	全 体		銘 柄	銘 柄
	実 数	%	選 好	非 選 好
20 才 未 満	10	3.4	0.79	<u>1.59</u>
20 ~ 30 才	73	24.9	0.68	<u>1.95</u>
31 ~ 40 才	37	12.6	<u>1.13</u>	0.64
41 ~ 50 才	132	42.0	<u>1.10</u>	0.71
51 ~ 60 才	44	15.0	<u>1.16</u>	0.54
61 才 以 上	7	2.4	<u>1.33</u>	0
不 明	2	0.7	1.29	0
計	293	100.0		

表16 銘 柄 別 占 有 率

順位	銘 柄	%	順位	銘 柄	%
1	キッコーマン	52.2	7	ヒゲタ	1.7
2	ジョウセン	11.6	8	オイマツ	1.4
3	生 協	5.1	"	ヤマコメ	1.4
4	ヤマサ	4.4	10	キッコーショウ	1.0
5	ヤマカノ	3.1	"	キッコーツル	1.0
6	タママツ	2.0	"	キッコーヤマダイ	1.0

表17 選択基準と銘柄選好・非選好およびキッコーマン・ジョウセン
使用者との係わり（指数）

項 目	全 体	銘 柄 選 好	銘 柄 非 選 好	キ ッ コ ー マ ン 使 用 者	ジ ョ ウ セ ン 使 用 者
特 売 に よ り	1.00	0.81	<u>1.56</u>	<u>1.36</u>	0.40
価 格（安い）に よ り	1.00	0.71	<u>1.87</u>	0.36	<u>1.18</u>
友人の勧めにより	1.00	<u>1.20</u>	0.40	0.70	0.90
広告・宣伝により	1.00	<u>1.27</u>	0.21	<u>1.48</u>	<u>1.61</u>
店の推奨により	1.00	<u>1.12</u>	0.63	0.70	<u>1.37</u>
共同購入により	1.00	<u>1.19</u>	0.46	0	0
品質（おいしい）により	1.00	<u>1.18</u>	0.46	0.91	<u>1.40</u>
内 容 量 に よ り	1.00	0.78	<u>1.64</u>	<u>1.23</u>	<u>1.38</u>
そ の 他	1.00	0.79	<u>1.63</u>	0.74	2.03
不 明	1.00	0.75	<u>1.71</u>	0.54	<u>1.21</u>
〈贈 答 品〉	1.00	<u>1.04</u>	0.90	<u>1.39</u>	0.43

表18 購入店と銘柄選好・非選好およびキッコーマン・ジョウセン
使用者との係わり（指数）

項 目	全 体	銘 柄 選 好	銘 柄 非 選 好	キ ッ コ ー マ ン 使 用 者	ジ ョ ウ セ ン 使 用 者
ス ー パ ー	1.00	0.87	<u>1.38</u>	<u>1.32</u>	0.75
百 貨 店	1.00	<u>1.40</u>	0	<u>2.00</u>	0
生 協	1.00	<u>1.13</u>	0.62	0.77	0.15
公 設 市 場	1.00	<u>1.40</u>	0	<u>1.00</u>	<u>1.50</u>
酒 店	1.00	<u>1.30</u>	0.13	0.77	<u>2.26</u>
食 料 品 店	1.00	<u>1.05</u>	0.84	<u>1.06</u>	<u>1.38</u>
青 果 物 販 売 店	1.00	0.95	<u>1.23</u>	<u>1.09</u>	0
米 穀 店	1.00	<u>1.13</u>	0.47	0.33	<u>4.93</u>
一 般 小 売 店	1.00	0.80	<u>1.64</u>	0.91	<u>1.31</u>
行 商	1.00	<u>1.67</u>	0	0	0
醸 造 元	1.00	<u>1.17</u>	0.50	0.05	0.81
そ の 他	1.00	0.80	1.70	<u>1.15</u>	<u>1.45</u>

表19 銘柄別知名度と銘柄選好・非選好およびキッコーマン・ジョウセン
使用者との係わり (%)

順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘柄非選好	キッコーマン使用者	ジョウセン使用者
1	キッコーマン	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2	ジョウセン	93.9	94.1	93.2	93.5	97.1
3	ヤマサ	62.1	63.9	56.8	64.7	61.8
4	ヤマカノ	34.8	35.6	32.4	34.0	38.2
5	ヒゲタ	24.6	26.0	20.3	28.1	29.4
6	生協	11.3	11.4	10.8	9.2	5.9
7	タママツ	8.9	10.0	5.4	7.8	
8	キッコーショウ	8.5	7.8	10.8	9.2	2.9
9	ヤマカワ	7.5	5.5	13.5	7.2	14.7
10	キッコーカン	5.8	3.7	12.2	6.5	8.8
11	キッコーツル	5.5	5.0	6.8	4.6	5.9
12	ヒガシマル	4.1	5.0	1.4	3.3	5.9
〃	ワダカン	4.1	3.2	6.8	5.2	5.9
14	オイマツ	3.4	4.1	1.4	2.0	
〃	ヤマコメ	3.4	4.1	1.4	0.7	2.9
16	キッコーケン	2.7	3.7		2.6	
〃	キッコーフジ	2.7	1.8	5.4	2.0	8.0
〃	キャプテンクック	2.7	2.8	2.7	3.3	
19	キッコーマツ	2.4	1.4	4.1	0.7	8.8
〃	マルジン	2.4	2.7	1.4	1.3	
21	イゲタ	2.0	1.8	2.7	2.0	
〃	キッコータケ	2.0	1.8	2.7	1.3	5.9
〃	キノエネ	2.0	1.8	2.7	3.3	
〃	ササジュウ	2.0	2.3	1.4	1.3	
25	カネショウ	1.7	2.3		1.0	2.9
〃	キッコータニカゼ	1.7	1.8	1.4	1.3	
〃	キッコートキワ	1.7	1.4	2.7	1.3	
〃	ササチヨウ	1.7	0.9	4.1	1.3	2.9
29	ヤマカ	1.4	1.4	1.4	2.0	2.9
〃	ヤマジョウ	1.4	1.8			
31	エンドー	1.3	1.0	2.7	1.3	
〃	マルキン	1.3	1.9		0.7	
33	キッコーセンダイ	1.0	1.4		0.7	
〃	キッコートミ	1.0	1.4		0.7	
〃	キッコーミヤギ	1.0	1.4		0.7	
〃	キッコーヤマダイ	1.0	1.4			
〃	クミアイしょうゆ	1.0	1.4		1.0	
〃	タイヘイ	1.0	0.5	2.7	1.3	
〃	ダイエー	1.0	0.5	2.7	1.3	
〃	ヤマモリ	1.0	0.9	1.4		

表20 「良い品質」と思われる銘柄と銘柄選好・非選好およびキッコーマン・ジョウセン使用者との係わり (%)

順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘柄非選好	キッコーマン使用者	ジョウセン使用者
1	キッコーマン	81.8	82.7	79.0	98.5	65.5
2	ジョウセン	45.8	41.9	58.1	43.0	93.1
3	ヤマサ	23.3	24.6	19.4	25.9	10.3
4	生協	3.6	3.7	3.2		
5	ヤマカノ	3.2	2.6	4.8	1.5	
6	ヒゲタ	2.8	4.2	1.6	2.2	
7	タママツ	2.4	3.1		0.7	
8	マルジン	1.6	2.1			
9	キッコーマツ	1.2	0.5	3.2	0.7	
〃	ヒガシマル	1.2	1.6		1.5	
11	キッコートキワ	0.8	1.0		0.7	
〃	ヒゲタン	0.8	1.0			
〃	ヤマカワ	0.8	0.5	1.6		
14	色なし(岩手産)	0.4		1.6		
〃	エンドー	0.4		1.6		
〃	オイマツ	0.4	0.5			
〃	カネショウ	0.4	0.5			3.4
〃	キッコーカン	0.4		1.6		
〃	キッコーセンダイ	0.4	0.5			
〃	キッコートミ	0.4	0.5			
〃	キッコーツル	0.4		1.6		
〃	キノエネ	0.4		1.6	0.7	
〃	キャプテンクック	0.4		1.6	0.7	
〃	ササジュウ	0.4	0.5			
〃	ササチヨウ	0.4	0.5		0.7	
〃	ソウマ	0.4	0.5			
〃	チョーコー	0.4		1.6		
〃	フジショウ	0.4	0.5			
〃	マルさ	0.4	0.5			
〃	ヤマブン	0.4	0.5			
〃	ヤマモリ	0.4		1.6	0.7	

表21 銘柄選好者の銘柄（購入前）と占有率（購入後）

(%)

順位	銘柄	購入前	購入後	指数	順位	銘柄	購入前	購入後	指数
1	キッコーマン	60.3	53.4	0.89	16	キッコータカサゴ	0.5		
2	ジョウセン	16.4	11.9	0.73	〃	キッコーツル	0.5	0.5	1.00
3	ヤマサ	10.0	4.6	0.46	〃	キッコートキワ	0.5	0.5	1.00
4	生協	5.9	5.0	0.85	〃	キッコートミ	0.5	0.5	1.00
5	ヒゲタ	2.3	2.3	1.00	〃	キッコーフジ	0.5	0.5	1.00
6	タママツ	1.8	2.3	1.28	〃	キッコーヤマダイ	0.5	1.4	2.80
〃	マルジン	1.8	0.5	0.28	〃	キッコーレイ	0.5	0.5	1.00
〃	ヤマカノ	1.8	1.8	1.00	〃	ササジュウ	0.5	0.5	1.00
9	キッコーミヤギ	1.4	0.9	0.64	〃	ジョウヤマキチ	0.5	0.9	1.80
10	オイマツ	0.9	1.8	2.00	〃	ソウマ	0.5	0.5	1.00
〃	キッコータニカゼ	0.9	0.9	1.00	〃	ヒガシマル	0.5	0.5	1.00
〃	キッコーユタカ	0.9	0.9	1.00	〃	フジショウ	0.5	0.5	1.00
〃	ササショウ	0.9	0.5	0.56	〃	マルサ	0.5	0.5	1.00
〃	ヒゲタン	0.9	0.9	1.00	〃	ヤマカワ	0.5		
〃	ヤマコメ	0.9	1.8	2.00	〃	ヤマシゲ	0.5	0.5	1.00
16	イゲタ	0.5	0.5	1.00	〃	ヤマジョウ	0.5		
〃	キッコーコス	0.5	0.5	1.00	〃	ヤマセイ	0.5	0.5	1.00
〃	キッコーコマツ	0.5			〃	ヤマブン	0.5	0.5	1.00
〃	キッコーセンダイ	0.5	0.9	1.80	〃	ワダカン	0.5		

表22 銘柄別占有率と銘柄選好・非選好との係わり

(%)

順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘非選好	順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘非選好
1	キッコーマン	52.2	53.4	48.6	13	キッコーミヤギ	0.7	0.9	
2	ジョウセン	11.6	11.9	10.8	〃	キッコーユタカ	0.7	0.9	
3	生協	5.1	5.0	5.4	〃	ジョウヤマキチ	0.7	0.9	
4	ヤマサ	4.4	4.6	4.1	〃	タイヘイ	0.7		2.7
5	ヤマカノ	3.1	1.8	6.8	〃	ヒゲタン	0.7	0.9	
6	タママツ	2.0	2.3	1.4	〃	ヤマセイ	0.7	0.5	1.4
7	ヒゲタ	1.7	2.3		22	イゲタ	0.3	0.5	
8	オイマツ	1.4	1.8		〃	色なし(岩手産)	0.3		1.4
〃	ヤマコメ	1.4	1.8		〃	キッコーコス	0.3	0.5	
10	キッコーショウ	1.0		4.1	〃	キッコーコトブキ	0.3		1.4
〃	キッコーツル	1.0	0.5	2.7	〃	キッコーコマツ	0.3		1.4
〃	キッコーヤマダイ	1.0	1.4		〃	キッコートミ	0.3	0.5	
13	キッコーセンダイ	0.7	0.9		〃	キッコーフジ	0.3	0.5	
〃	キッコータニカゼ	0.7	0.9		〃	キッコーマツ	0.3		1.4
〃	キッコートキワ	0.7	0.5	1.4	〃	キッコーレイ	0.3	0.5	

順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘非選柄好	順位	銘柄	全体	銘柄選好	銘非選柄好
22	キッコーカン	0.3		1.4	22	ヤマシゲ	0.3	0.5	
〃	ササジュウ	0.3	0.5		〃	ヤマセン	0.3		1.4
〃	ササチョウ	0.3	0.5		〃	ヤマブン	0.3	0.5	
〃	ソウマ	0.3	0.5		〃	イトーヨーカドー (ノーブランド)	0.3		1.4
〃	ヒガシマル	0.3	0.5		〃	エンドー (ノーブランド)	0.3		1.4
〃	フジショウ	0.3	0.5		〃	ダイエー (ノーブランド)	0.3		1.4
〃	マルトリ	0.3		1.4					
〃	マルさ	0.3	0.5						
〃	マルジン	0.3	0.5						

3. しょうゆの使用テスト

消費者は、しょうゆを購入しようとする場合、なんらかの評価をして購入し、消費している。その過程での判定は如何なるものであろうか、また、しょうゆの銘柄間における品質に差異があるのかを、しょうゆの使用テストにより分析してみた。なお、Aグループは、仙台市で占有率の高い「キッコーマン」と「ジョウセン」の特級（自宅使用しょうゆの中で多くの人が使用している可能性が大きい）をサンプルとし、また、同じ銘柄のものを目かくしにして配布している。Bグループは、サンプルの全ての銘柄と等級を知らせて配布している。なお、ヤマカワ（上級）は任意に抽出している。Cグループは、Bグループと同じサンプルを銘柄と等級を伏せて配布している。その使用テスト結果をグループ別にみていくことにする。（表23参照）

Aグループ………総合的にみると、キッコーマン（特級）は+199.2と一番高い値を示し、次に、自宅使用しょうゆが+183.2、ジョウセン（特級）が+98.3の順になっている。しかし、中味が同じものである目かくしキッコ-

マン（特級）が-36.2と一番低い値を示し、目かくしジョウセン（特級）も-36.1と目かくしキッコーマン（特級）と変らない結果になっている。

Bグループ………キッコーマン（特級）が+191.9、自宅使用しょうゆが+157.4ジョウセン（特級）が+148.6、キッコーマン（上級）が+59.6、およびヤマカワ（上級）が+14.8とマイナスの値はなく、等級・知名度の高い順となんらかの相関がみられるようである。ところで、自宅使用しょうゆはジョウセン（特級）よりも良いとする割合が多くなっている。

Cグループ………A・Bグループの両方でキッコーマン（特級）が一番良い結果となっていたが、ここでは、自宅使用しょうゆが+196.1と他の目かくしサンプルと比べ、非常に高い値を示している。また、目かくしキッコーマン（特級）が+39.8と第3位になり、Bグループで一番低い値を示したヤマカワ（上級）が+48.0と第2位となっているのが目立つ。

以上、単に自宅使用しょうゆとしてだけ述べてきたが、自宅でキッコーマンを使用している場合、あるいはジョウセンを使用している場合、または銘柄選好者および銘柄非選好者の自宅使用しょうゆの場合には、使用テスト結果に

どう影響を及ぼしているのか、次にみていくことにする。

(1) 自宅でキッコーマン使用者

Aグループ……キッコーマン（特級）が+253.2と一番高い値を示しているが、自宅使用キッコーマンも+225.1とさほど差はみられないようである。それに比べ、ジョウセン（特級）は+93.4と大きな差になっている。しかし、ここでも目かくしサンプルはマイナスになっているが、ジョウセンよりもキッコーマンの方が悪いとする割合が少なくなっている。

Bグループ……前述の全体におけるBグループと同じ順位結果となっているが、キッコーマン（上級）をみると+139.9となっており、ジョウセン（特級）の+143.0とほぼ同じ値になっている。

Cグループ……自宅使用キッコーマンが+194.9と一番高い値を示し、これに対し、目かくしキッコーマン（特級）が+63.1、目かくしヤマカワ（上級）が+49.3、目かくしジョウセン（特級）が+25.7、および目かくしキッコーマン（上級）が-12.4となっており、キッコーマン（上純）のみがマイナスになっている。

（以上24表参照）

(2) 自宅でジョウセン使用者

Aグループ……自宅使用ジョウセンが+236.6となっており、ジョウセン（特級）の+152.5よりも高い値を示し、一番良い結果になっている。キッコーマン（特級）は+60.0とジョウセンよりも良いとする割合が少なくなっている。目かくしのサンプルは両方ともマイナスになっているが、ジョウセンの方がキッコーマンよりは悪いとする割合が少なくなっている。

Bグループ……ここでは、今までと多少異なり自宅使用ジョウセンが+112.5と三番目になっている。しかし、ジョウセン（特級）が+275.0で、キッコーマン（特級）の+212.5より

良いとする割合が多く、一番良いという結果になっている。また、ヤマカワ（上級）のみが-87.5となっている。

Cグループ……自宅使用ジョウセンが+259.7と高い値であるのに対し、目かくしのサンプルはほとんどマイナスになっている。しかし、目かくしのヤマカワ（上級）のみが+14.1となっている。また、ジョウセン（特級）が-94.6と一番低い値になっていることがとくに目立つ。（以上表25参照）

(3) 銘柄選好者

Aグループ……自宅使用しょうゆは+203.6とキッコーマン（特級）の+201.1より若干良い結果になっている。それに比べジョウセン（特級）は+70.0となっており低い値になっている。目かくしのキッコーマンとジョウセンとでは総合的にみれば差はなく、両方ともマイナスになっている。

Bグループ……全体としてみた場合と同じような傾向がみられ、キッコーマン（特級）が+201.0自宅使用しょうゆが+182.8ジョウセン（特級）が+164.8キッコーマン（上級）が+42.7およびヤマカワが-2.7となっている。

Cグループ……ここでも自宅使用しょうゆが+209.8と一番高い値を示し、他の目かくしサンプルと差がみられる。しかし、目かくしサンプルのうち、ヤマカワ（上級）は好結果となっているのが目立つ。（以上表26参照）

(4) 銘柄非選好者

Aグループ……キッコーマン（特級）は+194.7と一番高い値を示し、次に、ジョウセン（特級）が+181.4と続いている。自宅使用しょうゆは+121.8で三番目となっており、今までとは異なる結果となっている。目かくしサンプルについては同様にマイナスとなっている。

Bグループ……等級・知名度の高い順に良い結果が表れている。しかし、Aグループと同

様、自宅使用しょうゆは3番目になっている。

Cグループ………自宅使用しょうゆが+13
1.5と一番高い値を示し、次に、目かくしのヤマカワ（上級）、キッコーマン（特級）、ジョウ

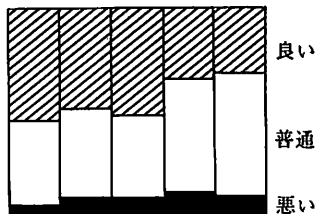
セン（特級）、およびキッコーマン（上級）の順になっている。とくに目かくしキッコーマン（上級）が-141.1と非常に低い値になっているのが目立つ。（以上27表参照）

表23 使用テスト結果 (全体)

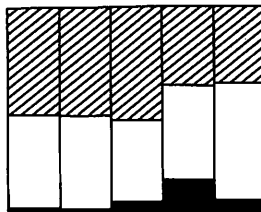
1. 1Aグループ

<div> <div>項目</div> <div>サンプル</div> </div>	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自 宅 使 用 し ょ う ゆ	+50.5	+41.5	+45.2	+23.2	+22.8	+183.2
キ ッ コ ー マ ン (特 級)	+48.4	+50.0	+49.4	+21.6	+29.8	+199.2
ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+36.0	+20.0	+20.9	+ 8.4	+13.0	+ 98.3
目 か く し キ ッ コ ー マ ン (特 級)	+ 8.3	0	- 8.4	-21.0	-15.1	- 36.2
目 か く し ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+14.4	-15.4	-14.8	-14.9	- 5.4	- 36.1

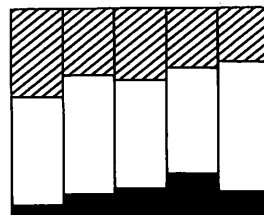
自宅使用しょうゆ
(全 体)



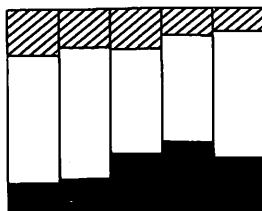
(キッコーマン特級)



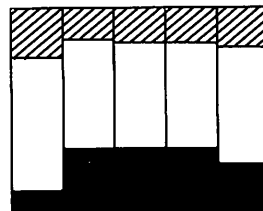
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン特級)



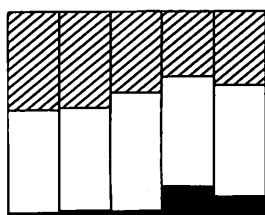
目かくし
(ジョウセン特級)



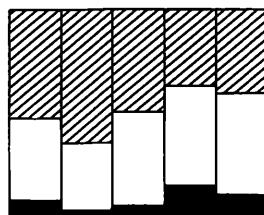
2. Bグループ

<div> <div>項目</div> <div>サンプル</div> </div>	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自 宅 使 用 し ょ う ゆ	+43.4	+41.4	+34.0	+14.9	+23.7	+157.4
キ ッ コ ー マ ン (特 級)	+42.5	+59.3	+42.1	+20.0	+28.0	+191.9
ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+40.0	+31.2	+37.9	+15.6	+23.9	+148.6
キ ッ コ ー マ ン (上 級)	+23.4	+25.6	+17.1	- 3.2	- 3.3	+ 59.6
ヤ マ カ ワ (上 級)	+14.7	- 9.5	+10.6	-11.6	+10.6	+ 14.8

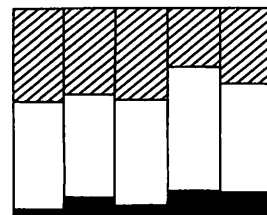
自宅使用しょうゆ
(全 体)



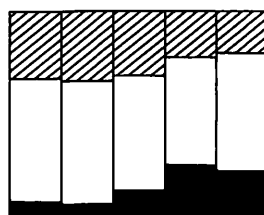
(キッコーマン特級)



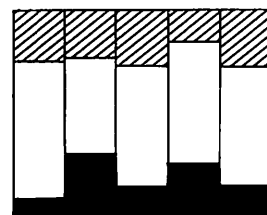
(ジョウセン特級)



(キッコーマン上級)



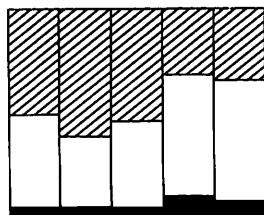
(ヤマカワ上級)



3. Cグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用しょうゆ	+43.9	+55.6	+48.4	+20.9	+27.3	+196.1
目かくし キッコーマン (特級)	+20.7	+13.3	+20.2	-15.4	+ 1.0	+ 39.8
目かくし ジョウセン (特級)	+26.9	+ 1.0	+ 8.3	-10.3	- 2.1	+ 23.8
目かくし キッコーマン (上級)	+ 7.1	+ 5.1	-11.9	-16.5	-13.7	- 29.9
目かくし ヤマカワ (上級)	+23.7	+ 1.1	+ 7.3	- 4.1	+20.0	+ 48.0

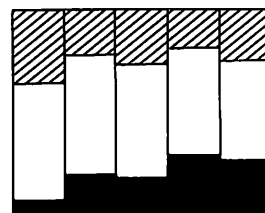
自宅使用しょうゆ
(全 体)



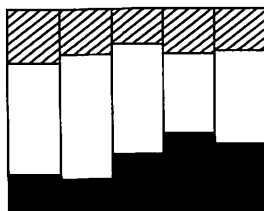
目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ヤマカワ上級)

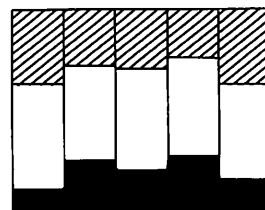
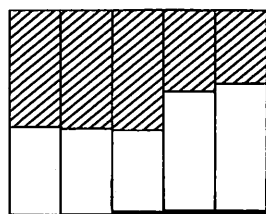


表24 使用テスト結果（自宅でキッコーマン使用者）

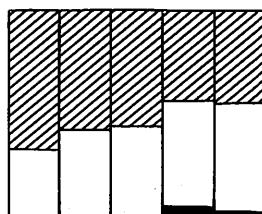
1. Aグループ

項 目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用の キッコーマン	+53.2	+54.3	+53.1	+34.0	+30.5	+225.1
キッコーマン（特級）	+66.0	+56.5	+55.3	+36.2	+39.2	+253.2
ジョウセン（特級）	+40.4	+17.8	+13.1	+ 4.3	+17.8	+ 93.4
目かくし キッコーマン（特級）	+19.2	-12.7	+ 6.5	-13.1	- 6.5	- 6.6
目かくし ジョウセン（特級）	+12.8	-21.2	-13.4	-10.9	- 2.2	- 34.9

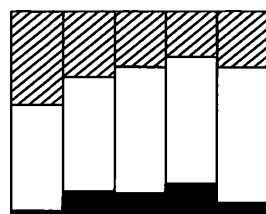
自宅使用しょうゆ
（キッコーマン）



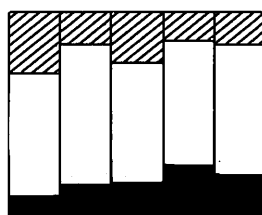
（キッコーマン特級）



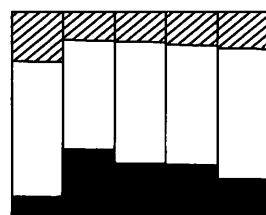
（ジョウセン特級）



目かくし
（キッコーマン特級）



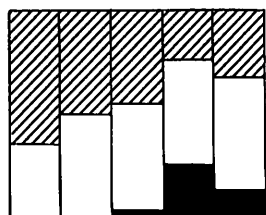
目かくし
（ジョウセン特級）



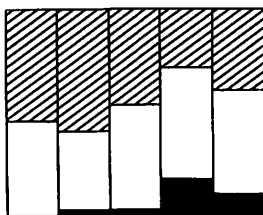
2. Bグループ

項 目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用の キッコーマン	+63.9	+50.0	+42.1	- 2.6	+18.9	+172.3
キッコーマン (特級)	+54.1	+56.4	+43.6	+10.5	+29.0	+193.6
ジョウセン (特級)	+42.1	+23.1	+30.8	+12.8	+34.2	+143.0
キッコーマン (上級)	+35.1	+34.2	+30.8	+23.6	+16.2	+139.9
ヤマカワ (上級)	+13.2	0	+15.8	- 5.2	+10.5	+ 34.3

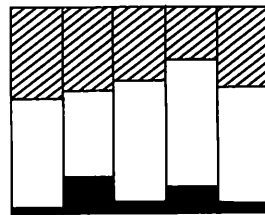
自宅使用しょうゆ
(キッコーマン)



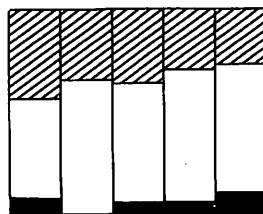
(キッコーマン特級)



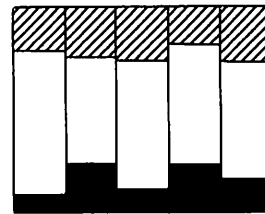
(ジョウセン特級)



(キッコーマン上級)



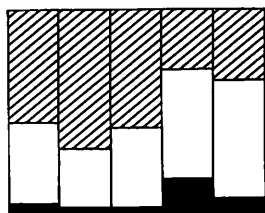
(ヤマカワ上級)



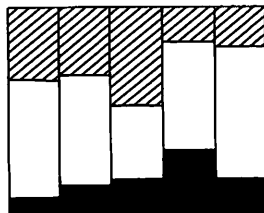
3. Cグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用の キッコーマン	+46.5	+62.7	+52.3	+ 9.6	+23.8	+194.9
目かくし キッコーマン (特級)	+25.6	+18.6	+30.9	-14.3	+ 2.3	+ 63.1
目かくし ジョウセン (特級)	+23.3	0	+ 4.8	- 2.4	0	+ 25.7
目かくし キッコーマン (上級)	+ 7.0	+11.7	- 4.9	-11.9	-14.3	- 12.4
目かくし ヤマカワ (上級)	+25.5	0	+ 2.4	+ 2.3	+19.1	+ 49.3

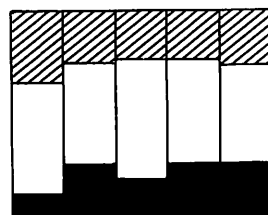
自宅使用しょうゆ
(キッコーマン)



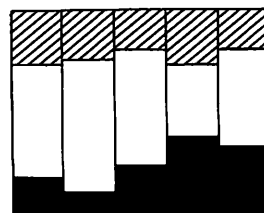
目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン上級)



目かくし
(ヤマカワ上級)

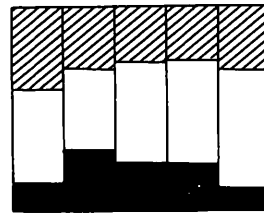
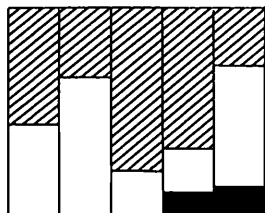


表25 使用テスト結果（自宅でジョウセン使用者）

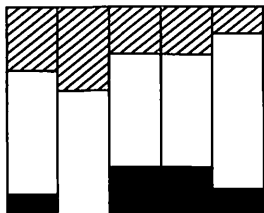
1. Aグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用のジョウセン	+55.6	+33.3	+77.8	+55.6	+14.3	+236.6
キッコーマン（特級）	+20.0	+40.0	0	0	0	+ 60.0
ジョウセン（特級）	+30.0	+60.0	+20.0	+30.0	+12.5	+152.5
目かくし キッコーマン（特級）	-11.1	+10.0	+50.0	-44.5	-37.5	- 33.1
目かくし ジョウセン（特級）	-20.0	-10.0	-20.0	+12.5	+12.5	- 25.0

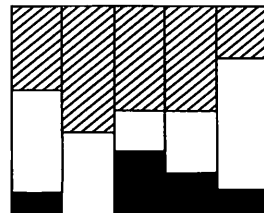
自宅使用しょうゆ
（ジョウセン）



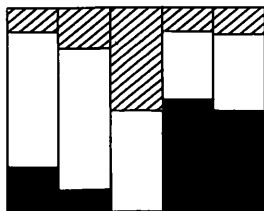
（キッコーマン特級）



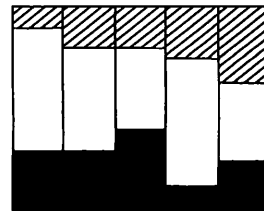
（ジョウセン特級）



目かくし
（キッコーマン特級）



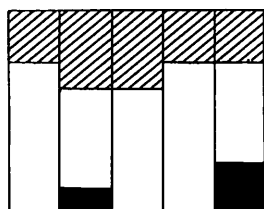
目かくし
（ジョウセン特級）



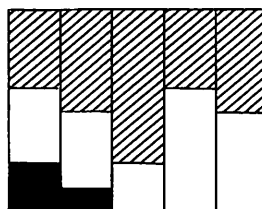
2. Bグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用のジョウセン	+25.0	+25.0	+37.5	+25.0	0	+112.5
キッコーマン(特級)	+12.5	+37.5	+75.0	+37.5	+50.0	+212.5
ジョウセン(特級)	+75.0	+62.5	+62.5	+37.5	+37.5	+275.0
キッコーマン(上級)	-12.5	+14.3	0	+71.4	-14.3	+58.9
ヤマカワ(上級)	-25.0	-25.0	0	-25.0	-12.5	-87.5

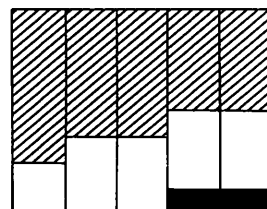
自宅使用しょうゆ
(ジョウセン)



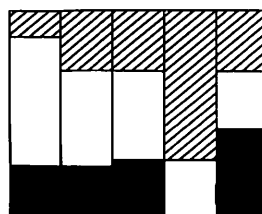
(キッコーマン特級)



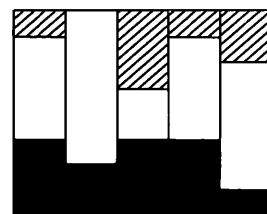
(ジョウセン特級)



(キッコーマン上級)



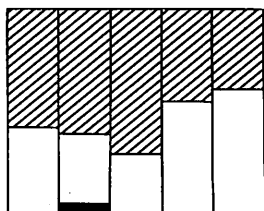
(ヤマカワ上級)



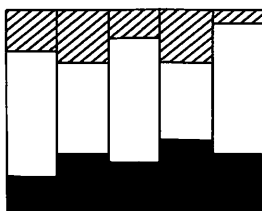
3. Cグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用のジョウセン	+56.3	+53.3	+68.8	+43.8	+37.5	+259.7
目かくし キッコーマン (特級)	0	- 6.3	-13.4	-12.5	-25.0	- 57.2
目かくし ジョウセン (特級)	+ 6.7	-25.0	-20.0	-31.3	-25.0	- 94.6
目かくし キッコーマン (上級)	-12.5	0	0	0	0	- 12.5
目かくし ヤマカワ (上級)	+26.6	0	- 6.3	-18.7	+12.5	+ 14.1

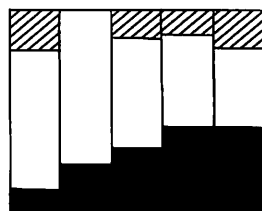
自宅使用しょうゆ
(ジョウセン)



目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン上級)



目かくし
(ヤマカワ上級)

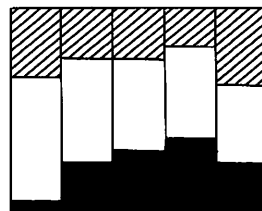
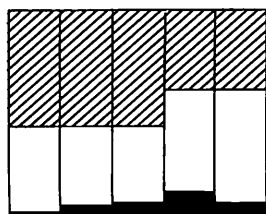


表26 使用テスト結果（銘柄選好者）

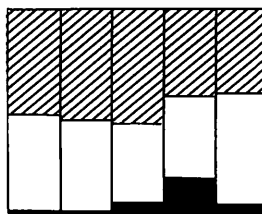
1. Aグループ

<div> <div>項目</div> <div>サンプル</div> </div>	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用しょうゆ	+52.1	+49.3	+47.9	+25.3	+29.0	+203.6
キッコーマン（特級）	+47.2	+50.0	+47.3	+22.3	+34.3	+201.1
ジョウセン（特級）	+34.7	+12.7	+14.1	+ 1.4	+ 7.1	+ 70.0
目かくし キッコーマン（特級）	+ 2.8	+ 6.9	-12.7	-22.5	-16.0	- 41.5
目かくし ジョウセン（特級）	+15.3	-15.3	-12.9	-17.2	-10.0	- 40.1

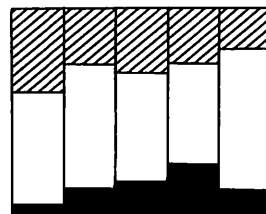
自宅使用しょうゆ



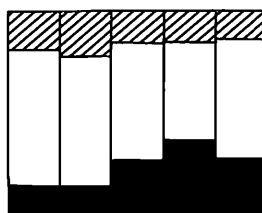
（キッコーマン特級）



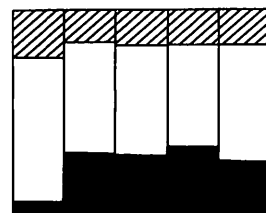
（ジョウセン特級）



目かくし
（キッコーマン特級）



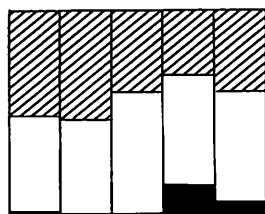
目かくし
（ジョウセン特級）



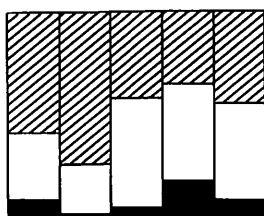
2. Bグループ

<div> <div>項目</div> <div>サンプル</div> </div>	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用しょうゆ	+47.5	+50.8	+38.1	+15.8	+30.6	+182.8
キッコーマン(特級)	+48.4	+67.2	+35.0	+15.9	+34.5	+201.0
ジョウセン(特級)	+47.6	+29.7	+42.2	+20.3	+25.0	+164.8
キッコーマン(上級)	+14.5	+27.0	+ 9.5	- 1.6	- 6.7	+ 42.7
ヤマカワ(上級)	+11.1	- 7.9	+ 1.6	-17.2	+ 9.7	- 2.7

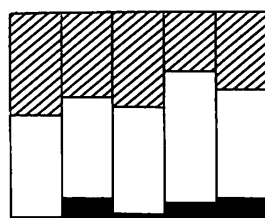
自宅使用しょうゆ



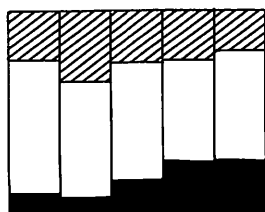
(キッコーマン特級)



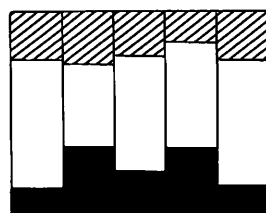
(ジョウセン特級)



(キッコーマン上級)



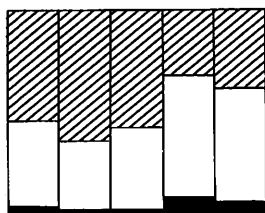
(ヤマカワ上級)



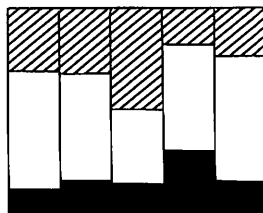
3. Cグループ

<div> <div>項目</div> <div>サンプル</div> </div>	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自宅使用しょうゆ	+48.2	+59.3	+52.5	+20.3	+29.5	+209.8
目かくし キッコーマン (特級)	+17.5	+13.6	+33.8	-13.8	+ 6.2	+ 57.3
目かくし ジョウセン (特級)	+28.8	+ 3.8	+11.4	- 7.5	+ 2.5	+ 39.0
目かくし キッコーマン (上級)	+ 8.6	+ 8.7	- 6.7	- 8.7	- 7.5	- 5.6
目かくし ヤマカワ (上級)	+25.0	+ 3.7	+ 6.4	- 2.5	+17.5	+ 50.1

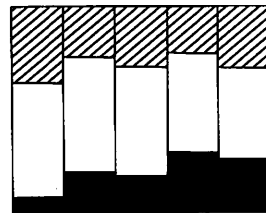
自宅使用しょうゆ



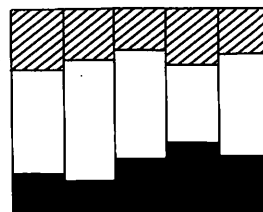
目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン上級)



目かくし
(ヤマカワ上級)

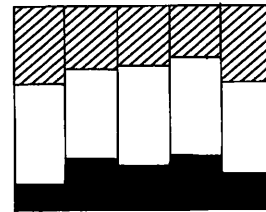
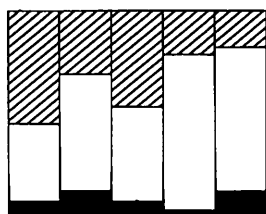


表27 使用テスト結果（銘柄非選好者）

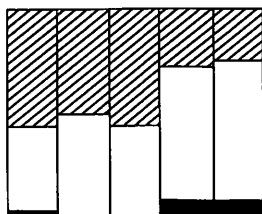
1. Aグループ

項 目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自 宅 使 用 し ょ う ゆ	+45.9	+17.4	+37.5	+16.6	+ 4.4	+121.8
キ ャ ッ コ ー マ ン (特 級)	+52.0	+50.0	+56.0	+20.0	+16.7	+194.7
ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+40.0	+41.6	+40.0	+28.0	+31.8	+181.4
目 かく し キ ャ ッ コ ー マ ン (特 級)	+24.0	-20.0	+ 4.1	-16.7	-12.5	- 21.1
目 かく し ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+12.0	-16.0	-20.0	- 8.3	+ 8.3	- 24.0

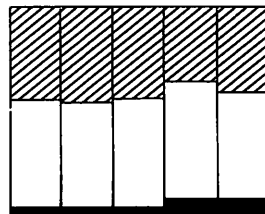
自宅使用しょうゆ



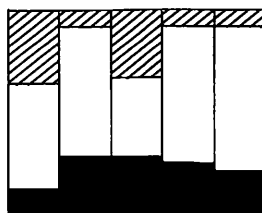
(キッコーマン特級)



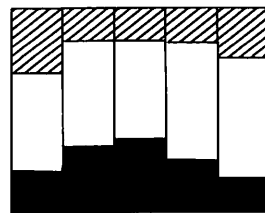
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン特級)



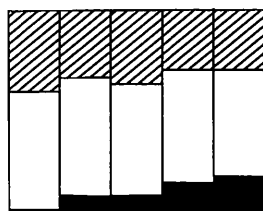
目かくし
(ジョウセン特級)



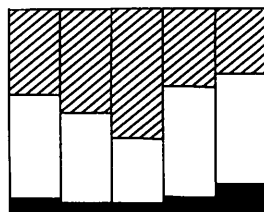
2. Bグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自 宅 使 用 し ょ う ゆ	+35.5	+22.6	+25.8	+12.9	+ 9.6	+106.4
キ ャ ッ コ ー マ ン (特 級)	+31.2	+43.7	+56.2	+28.1	+15.7	+174.9
ジ ョ ウ セ ン (特 級)	+25.0	+34.3	+29.0	+ 6.2	+21.9	+116.4
キ ャ ッ コ ー マ ン (上 級)	+40.6	+22.5	+32.2	- 6.4	+ 3.3	+ 92.2
ヤ マ カ ワ (上 級)	+21.9	-12.5	+28.2	0	+12.5	+ 50.1

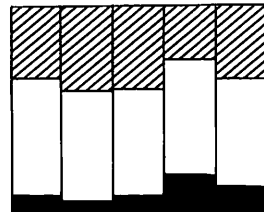
自宅使用しょうゆ



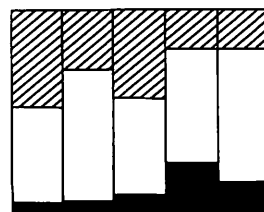
(キャッコーマン特級)



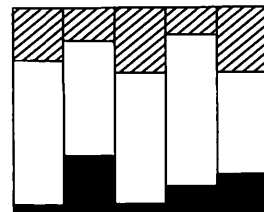
(ジョウセン特級)



(キャッコーマン上級)



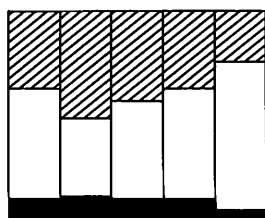
(ヤマカワ上級)



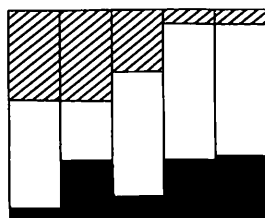
3. Cグループ

項目 サンプル	色 合 い	香 り	味 の 濃 さ	塩 か ら さ	甘 さ	計
自 宅 使 用 し ょ う ゆ	+23.5	+37.5	+29.4	+23.5	+17.6	+131.5
目かくし キッコーマン (特級)	+35.3	+11.8	+17.6	-23.5	-25.0	+ 16.2
目かくし ジョウセン (特級)	+17.6	-11.7	- 5.9	-23.5	-23.5	- 47.0
目かくし キッコーマン (上級)	0	-11.7	-35.3	-52.9	-41.2	-141.1
目かくし ヤマカワ (上級)	+17.6	-11.8	+11.8	-11.8	+33.3	+ 39.1

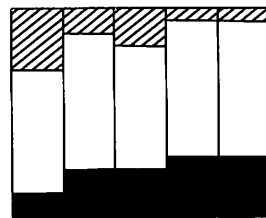
自宅使用しょうゆ



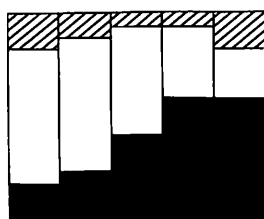
目かくし
(キッコーマン特級)



目かくし
(ジョウセン特級)



目かくし
(キッコーマン上級)



目かくし
(ヤマカワ上級)

